

УДК 727.3

**ИДЕНТИФИКАЦИОННЫЕ И ОРИЕНТАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ГОРОДЕ****Пономарева Е.С.****Научный руководитель - канд. арх., доцент. Истомина С.А.***Сибирский федеральный университет*

Проектирование средств городской идентификации и ориентации должно быть взаимосвязанным, целостным действием, которое подразумевает комплексный подход, охватывающий различные аспекты существования архитектурной системы.

Современные проблемы дизайна элементов городской среды очень легко описываются одним простым словом «бессистемность». Не достаточно спроектировать одно отдельное здание, одну отдельную вывеску, одну отдельную остановку, необходима система вывесок или остановок, которая перевела бы проектную культуру и результаты проектирования на качественно новый уровень. В таком случае дизайнер из случайного человека превращается в «сценариста» пространства, которое он проектирует. Он управляет потоками людей, находя индивидуальный подход к каждому отдельному человеку и используя проектный язык, понятный для всех.

Системный дизайн подразумевает комплексные методы проектирования, позволяющие правильно поставить задачу, осмыслить и решить ее, найти общий подход к различным отраслям дизайна, сделать среду более «гуманной», человеческой и дружелюбной.

В нашей стране можно наблюдать множество примеров системного дизайна, которые были реализованы в городах. Самый простой пример – система расположения названия улиц, нумерация домов, дорожные знаки. Более сложный пример – транспортные системы, например московский метрополитен, ориентация в котором является сложной задачей даже для русскоговорящих людей, не принимая во внимание иностранцев. Чтобы понять, почему так произошло, можно рассмотреть пример удачного системного дизайна лондонского метрополитена.

**Системность идентификации.** Начнем с того, что первым и неотъемлемым шагом в системном проектировании среды является создание фирменного стиля компании. Корпоративный образ оказывает большое влияние на сознание людей, формируя первейшее представление об объекте.

Задача фирменного стиля, во-первых, донести информацию о себе окружающему миру, а во-вторых, дать чувство принадлежности членам своей команды. Как сказал Адриан Форти в своей книге «Объекты желания»: «Сделать компанию узнаваемой для сотрудников и рассказать о ее особенностях внешнему миру». Опыт показывает, что отсутствие фирменного стиля или внимания к своему фирменному стилю в современном системном мире недопустимо. Такая организация воспринимается как «безликая и аморфная».

Один из лучших примеров системного подхода в дизайне среды представляет собой лондонская транспортная система. «Дизайн изменил взгляд лондонцев на транспортную систему, именно благодаря дизайну жители стали лучше представлять себе облик, размеры и географию города». Помимо того, что был изменен дизайн вестибюлей, входов и переходов на более просторные, ярко освещенные, была внедрена грамотная навигационная системы вывесок и указателей, где основной идеей было использование корпоративного стиля и характерной эмблемы – красно-синего круглого знака лондонского метро, который затем был адаптирован и для других видов

транспорта и явился основным символом объединения всей городской транспортной системы.

Все навигационные обозначения – названия станций, указатели и информационные сообщения были выполнены единым шрифтом. Эта гарнитура, разработанная в 1916 году Эдвартом Джонстоном, стала одним из элементов фирменного стиля метро и со временем начала использоваться компанией повсеместно.

Все эти новшества внедрялись постепенно, и к 1939 году в облике каждой станции метро, каждого поезда или автобуса, каждого плаката, сиденья или урны стали четко проявляться признаки принадлежности к одной большой корпорации. Если рассматривать элементы этой идентификационной системы, то каждый знак, плакат, указатель работал на систему.

Результатом такого подхода к дизайну стало решение двух задач: во-первых, четкое внутреннее взаимодействие различных частей компании, во-вторых, повышение привлекательности городского транспорта и увеличение пассажиропотока. «Дизайн автобусов, поездов, рекламных материалов, интерьеров станций, даже таких, на первый взгляд незначительных объектов, как автобусные остановки и автоматы для продажи билетов, - все должно было отвечать образу хорошо спланированной и организованной структуры». А стилистическая преемственность всех видов транспорта (метро, автобусов, трамваев, такси) говорит о том, что общественный транспорт Лондона представляет собой единую систему, даже не смотря на то, что дизайн интерьеров самих станции различается.

**Системность ориентации.** Когда людям пришлось отказаться от пешего движения в пользу транспорта, получилось так, что ориентация в городе не упростилась, а наоборот, усложнилась. Метрополитен не дает четкого понимания структуры города. Двухминутный перегон между станциями кажется очень долгим и расстояние между ними очень большим. Условность схемы метро игнорируется, и если отрезок между станциями изображен коротким, большинство пассажиров принимает его за действительную краткость расстояния. Пересадки с одной линии на другую повергают пассажиров в замешательство, а вынырнув на поверхность, человек зачастую не может определиться с выбором выходов. А если человек пользуется наземным транспортом или идет пешком, то получается, что расстояние между точками А и Б – переменная величина, оно то удлиняется, то укорачивается, а путь между ними может быть совершенно разным.

Следовательно, необходимо рассматривать перемещение людей по городу как сложную, хаотичную систему. Трудно предсказать направление движения человека, еще труднее предсказать количество вариантов перемещения, позволяющее ему достичь пункта назначения. Системный подход в расположении знаков ориентирования в городской среде способен решить эту задачу.

Насыщенность среды ориентационными знаками будет зависеть от района города, степени его населенности и значения в городской системе. Если учесть, как проектировались современные российские города в советское время, то город можно было свести к системе, рассчитанной на калькуляторе. Так Гутнов А.Э. и Глазычев В.Л. в книге «Мир архитектуры: лицо города» отмечают: «Собирали всю совокупность повседневных потребностей, включая потребность в безопасности от уличного движения, подсчитывали среднюю численность взрослых, детей и стариков на каждую тысячу жителей. Затем определяли предельно допустимое расстояние от подъезда жилого дома до детского сада (150-200 метров), школы (200-300 метров), местного торгового центра, поликлиники (500 метров)».

Микрорайоны объединили в районы. Назвали все это системой ступенчатого обслуживания, согласно которой город можно было представить как матрешку, внутри

которой вложено несколько матрешек поменьше (районы), а в каждую из них – несколько еще меньших (микрорайоны). Поэтому безликие, похожие друг на друга микрорайоны советской застройки как нельзя больше нуждаются в системном подходе к их идентификации и ориентации.

Кевин Линч в своей книге «Образ города» предложил систематизировать элементы городской среды, исходя из образности. Прежде всего, он отмечал, что главное в создании систем ориентации необходимо учитывать структуру городской среды, разделяя ее на более мелкие подэлементы, такие как районы, кварталы, узлы, границы между районами и т.д. В функционирование такой системы может произойти лишь одна недопустимая вещь – чрезмерное количество знаков. Чтобы этого не произошло, необходимо четкое подразделение знаков исходя из районирования.

Во-первых, стоит четко определить границы города, и на въездах направлять людей к крупным районам. Учитывая, что из центра города улицы расходятся во все районы, отмечать расположение районных центров и значимых объектов в пределах различных районов.

Во-вторых, определить границы районов, проанализировать их насыщенность значимыми элементами и направлять людей к крупным достопримечательностям, железнодорожным вокзалам, больницам, музеям, театрам, паркам и т.п. Большинство районов, особенно построенных после 50-х годов, имеет форму длинной главной улицы. Элементы ориентирования для таких «коридоров» достаточно просты. Необходимо учитывать, что движение по таким улицам осуществляется либо на общественном транспорте, либо на личном, поэтому в качестве средств идентификации используются баннеры, крупные знаки и направления.

В-третьих, микрорайон необходимо разграничить на кварталы и установить простые знаки на границах кварталов, а также на улицах их соединяющих. Очень хорошо если на этом уровне будет решена проблема с подачей информации о нумерации домов, о названиях улиц и географическом расположении их в пространстве.

В-четвертых, на пешеходном уровне, необходимо проанализировать точки прибытия людей из других районов (автобусные остановки), общественные места, места досуга и развлечений. Пешеходные улицы являются не менее напряженным транспортным пространством, где сходятся и расходятся значительные людские потоки, при этом пешеход обладает огромной маневренной свободой. «Однополосную» пешеходную улицу можно использовать для движения в обоих направлениях, строгих правил движения пешеходов нет (в отличие от автомобилей). Поэтому любую пешеходную улицу нужно рассматривать как комплексную систему, где все знаки и ориентиры расположены близко друг от друга. Нужно иметь четкий план их расположения, чтобы не возникало смысловых конфликтов. А так как каждый средовой объект (павильоны, магазины, дома) являются самостоятельными объектами, очень важно не перегрузить уличную среду чрезмерным количеством указателей и вывесок.

«Понимание» города происходит на каждом этапе считывания информации, начинаясь с идентификации объекта в среде и заканчиваясь ориентацией в этой среде. Каждый объект, будь то улица, квартал, транспортная система или магазин нуждаются в собственной идентификации. Для облегчения перемещения в сложном и многоуровневом пространстве города необходимо четкое подразделение всех элементов и системная организация навигации и ориентации. Если на каждом этапе задачи идентификации и ориентации будут решены, то любой человек, попадающий в город, будет получать информацию послойно, знак за знаком, не позволяя себе потеряться и запаниковать, а городская среда станет более дружелюбной и «читаемой».